

FACULDADES ALVES FARIA - ALFA

CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E MERCADOLÓGICAS – ALFA /CDL

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES

2011

GOIÂNIA/2011

## 1. INTRODUÇÃO.

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Dia das Mães no ano de 2011. Realizada pelo Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – ALFA/CDL entre os dias 11 e 15 de abril de 2011.

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia das Mães de 2011. Foram utilizados os seguintes critérios: 490 entrevistas em diversos locais da grande Goiânia, dentre eles se destacam corredores de grande circulação e shoppings. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas e de intenção de compras.

Na seção sócio-econômica, os entrevistados responderam as seguintes questões:

- Sexo<sup>1</sup>?
- Qual é a sua faixa etária?
- Qual o seu estado civil?
- Qual a sua escolaridade?
- Qual a renda mensal de sua família?
- Você possui filhos?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir qual a influência das características sócio-econômicas dos entrevistados em relação à intenção de compras para o Dia das Mães.

---

<sup>1</sup> Essa pergunta não foi feita diretamente ao entrevistado, e sim respondida pelo entrevistador através dos traços físicos do entrevistado.

Na seção de intenção de compras, os entrevistados responderam as seguintes questões:

- Você pretende comprar presentes no Dia das Mães?
- Quem você pretende presentear no Dia das Mães?
- Qual a linha de produtos de sua preferência?
- Quanto você pretende gastar?
- O presente que você pretende dar tem valor maior, menor ou mesmo valor que no ano passado?
- Qual a forma de pagamento preferida?
- Qual o seu local de compras preferido?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir quais as opções de preferência dos entrevistados para o Dia das Mães.

Na seção dirigida somente às mães, elas responderam as seguintes questões:

- Quantos filhos você possui?
- Você recebeu presentes no último Dia das Mães?
- Qual a linha de produtos você gostaria de receber no próximo Dia das Mães?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir qual a relação existente entre a intenção das pessoas que iriam presentear (filhos, esposos, netos,...) em relação às pessoas que iriam receber os presentes (mães, avós, esposas / companheiras).

Essa pesquisa possui duas finalidades principais: a primeira é de cunho acadêmico, para que professores e alunos coloquem em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria; a segunda tem cunho econômico, para que a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL) possa ajudar seus associados a montar estratégias de vendas para o Dia das Mães, norteados pela pesquisa ora apresentada.

## **2. METODOLOGIA.**

A pesquisa realizada seguiu os critérios teóricos e práticos de uma pesquisa social aplicada, baseada em questionários realizados pessoalmente, quando o entrevistado é questionado diretamente pelo entrevistador.

Como população útil para essa pesquisa foram consideradas todas as pessoas de ambos os sexos com faixa etária a partir de 12 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, em que o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 490 questionários. Segundo a teoria da amostragem, populações acima de 100 mil elementos são consideradas grandes, como é o caso do número de pessoas que poderá presentear alguém no Dia das Mães. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 378 questionários. O número de questionários acima do mínimo exigido foi determinado para diminuir o possível viés causado pelo tempo entre a realização da pesquisa e a data do evento pesquisado (Dia das Mães).

A pesquisa foi realizada de 11 a 15 de abril de 2011, atendendo ao pedido da entidade patrocinadora, no caso, a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL).

Os entrevistadores foram recrutados e selecionados dentro dos quadros discentes das Faculdades Alves Faria nos cursos de Ciências Econômicas, Administração de Empresas e Turismo. Os entrevistadores receberam treinamento específico para esse trabalho.

Foi realizada uma pesquisa piloto nos limites das Faculdades Alves Faria com aplicação de 100 questionários, para servir como refinamento do questionário e treinamento dos entrevistadores. Os resultados obtidos na pesquisa piloto foram corroborados pelos resultados da pesquisa definitiva.

A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, coordenados pelo Prof<sup>o</sup> MS. Aurélio Troncoso

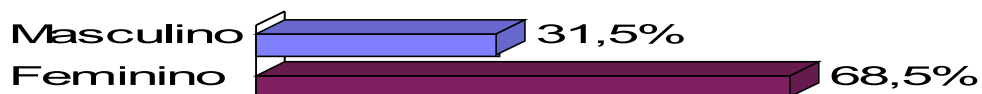
### 3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

Foram entrevistadas 490 pessoas no período de 11 a 15 de abril de 2011 em locais de comércio de rua: Avenida 24 de outubro, Avenida Bernardo Sayão, Setor central e shoppings.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

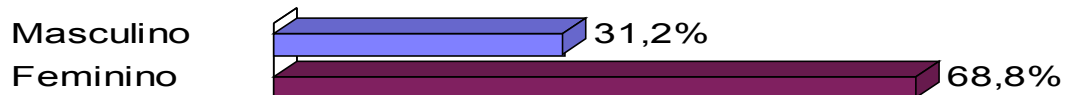
#### A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.

##### SEXO - 2009



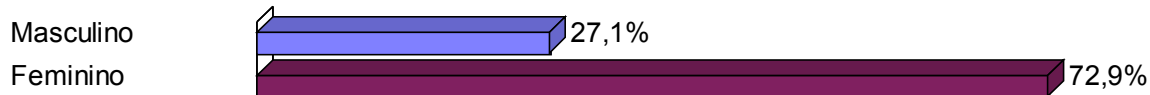
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

##### SEXO -2010



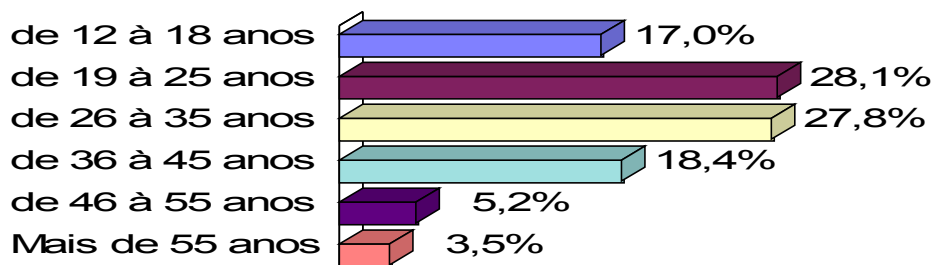
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

##### SEXO 2011



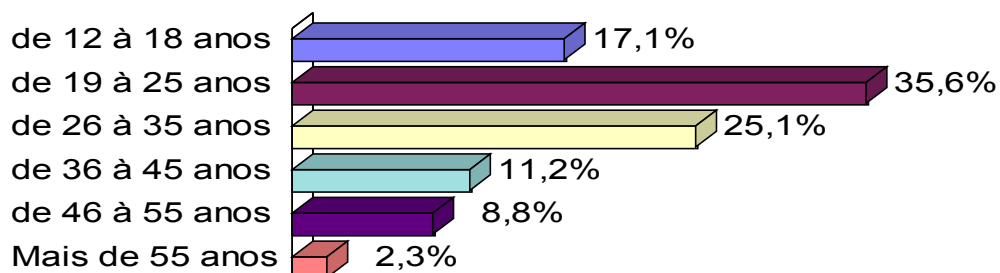
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### FAIXA\_ETARIA - 2009



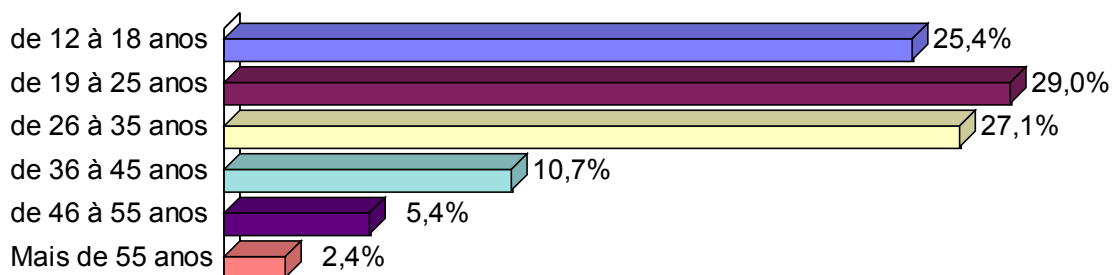
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### FAIXA\_ETARIA - 2010



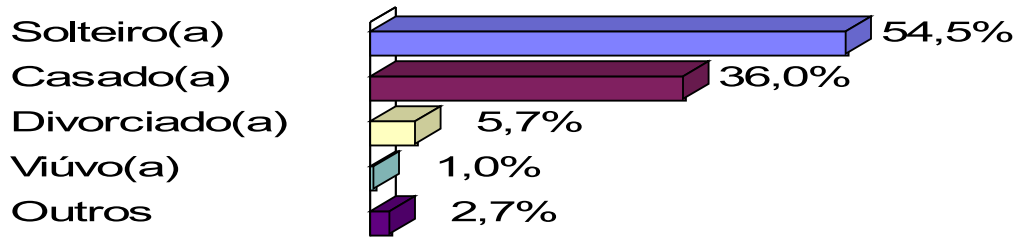
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### FAIXA\_ETARIA 2011



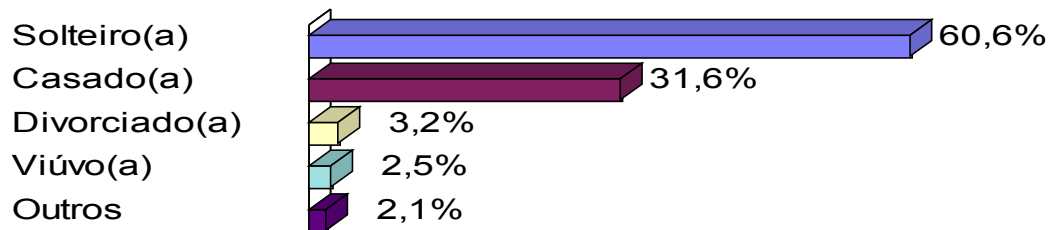
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

## ESTADO\_CVIL - 2009



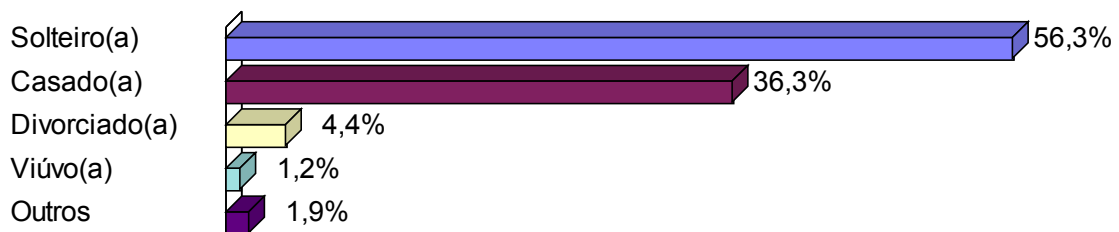
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

## ESTADO\_CVIL - 2010



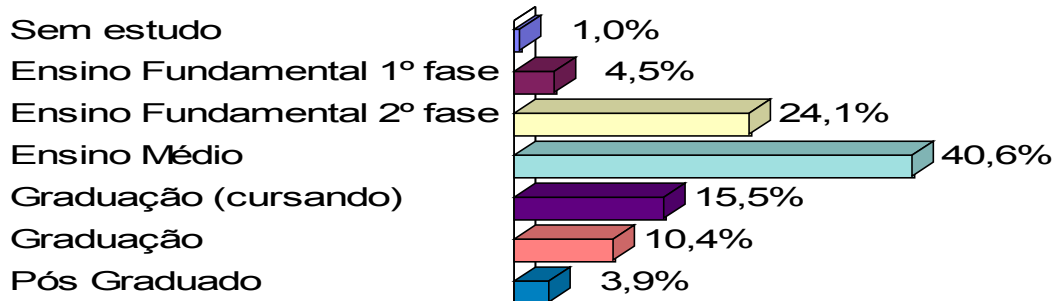
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

## ESTADO\_CVIL 2011



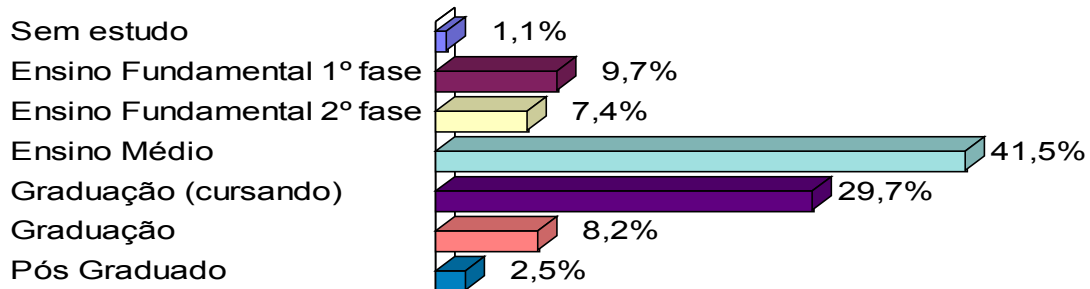
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

## ESCOLARIDADE - 2009



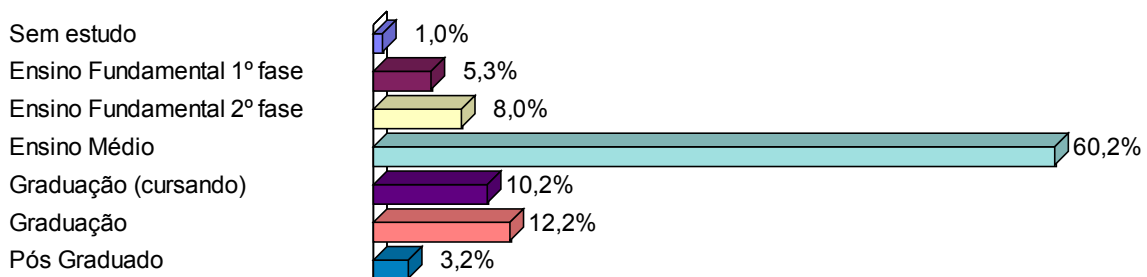
FONTE: CEPEN – CDL-ALFA - 2009

## ESCOLARIDADE - 2010



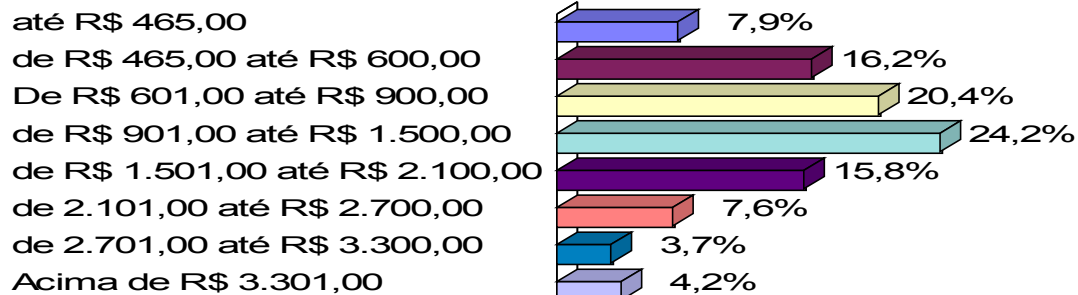
FONTE: CEPEN – CDL-ALFA - 2010

## ESCOLARIDADE 2011



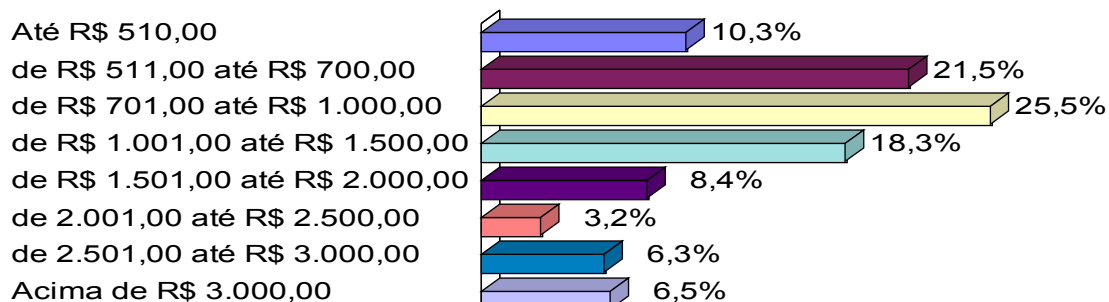
FONTE: CEPEN – CDL-ALFA - 2010

### RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2009



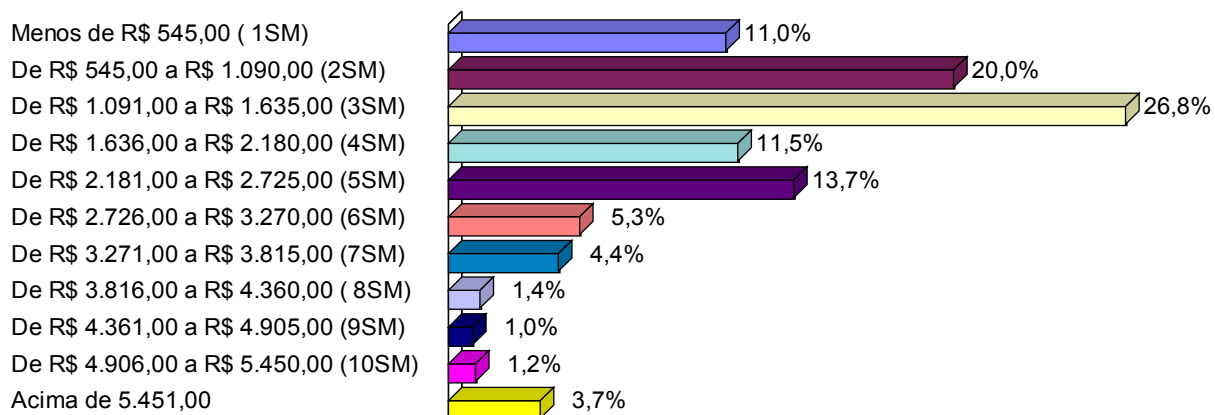
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2010



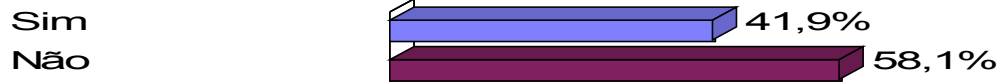
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### RENDA\_MENSAL\_FAMILIA 2011



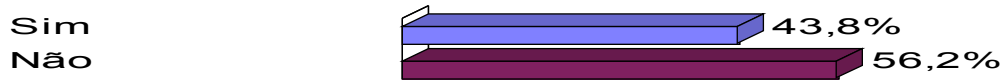
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### POSSUI\_FILHOS



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### POSSUI\_FILHOS - 2010



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

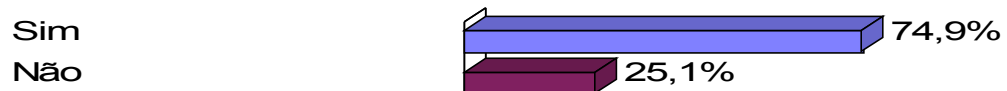
### POSSUI\_FILHOS 2011



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

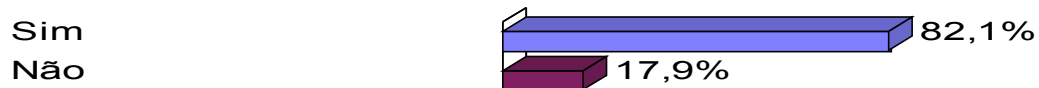
b. **DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.**

**PRETENDE\_PRESENTEAR - 2009**



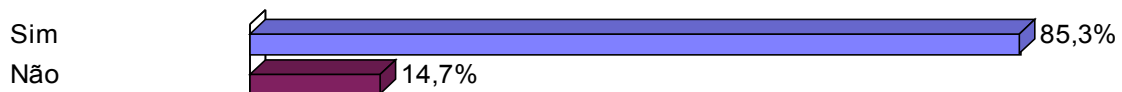
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**PRETENDE\_PRESENTEAR - 2010**



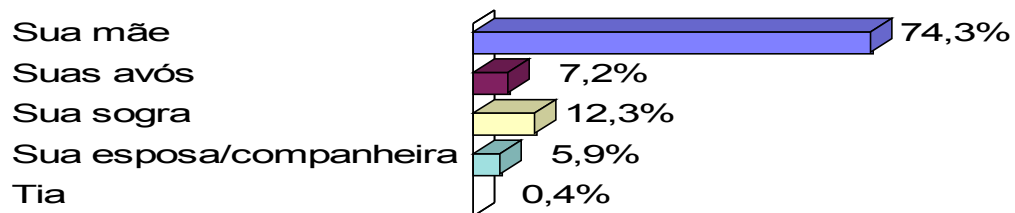
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

**PRETENDE\_PRESENTEAR 2011**



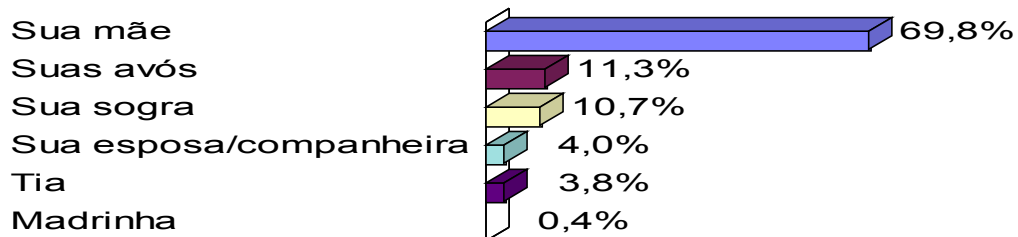
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### QUEM\_PRESENTEAR - 2009



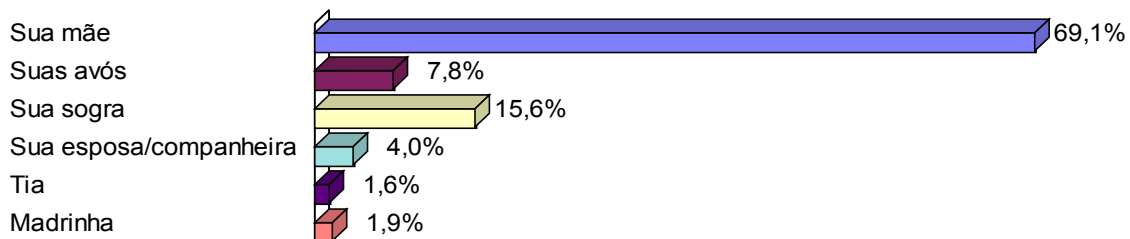
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### QUEM\_PRESENTEAR - 2010



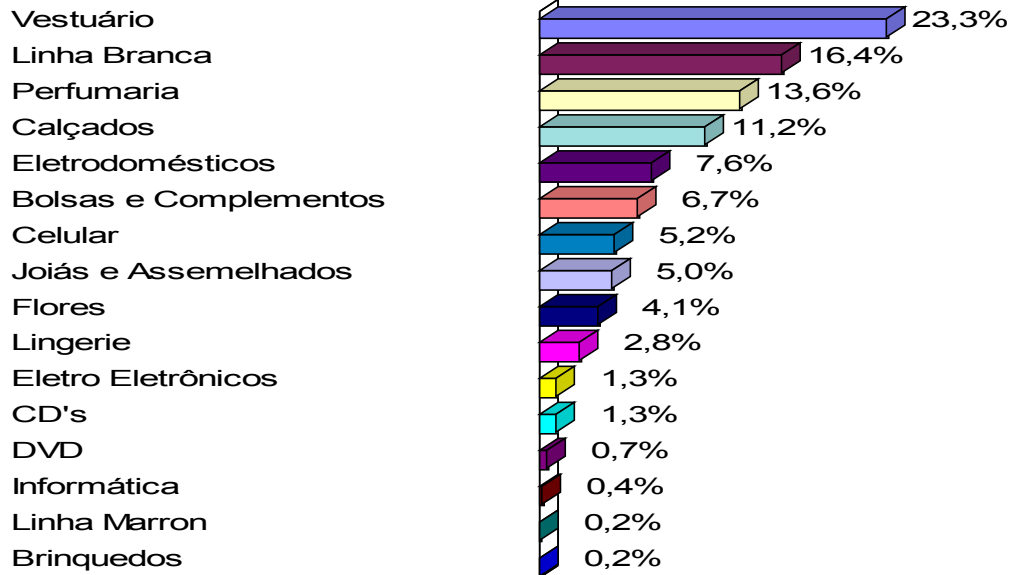
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### QUEM\_PRESENTEAR 2011



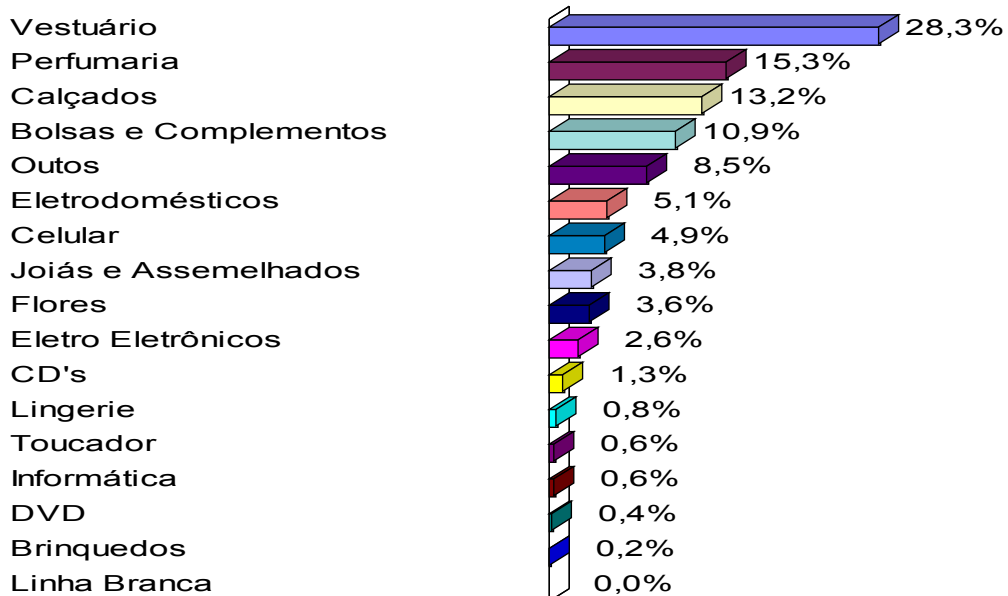
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

OUQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2009



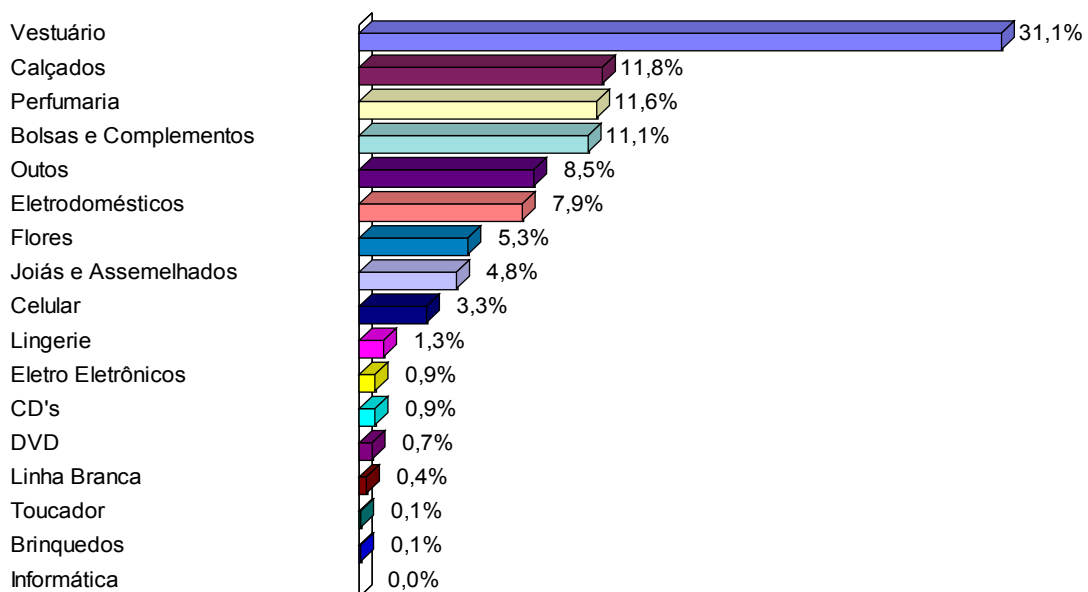
FONTE: CEPEM - CDL-ALFA - 2009

OUQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2010



FONTE: CEPEM - CDL-ALFA - 2010

OQUE\_PRETENDE\_COMPRAR 2011



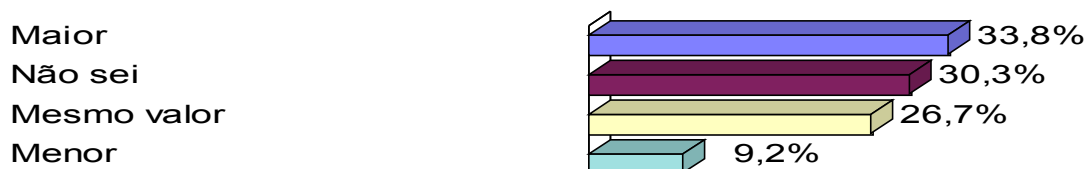
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2008 PARA 2009



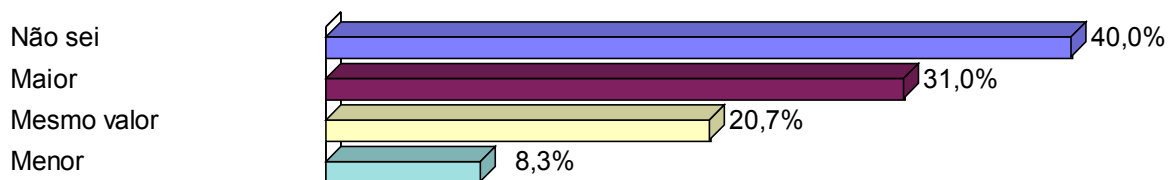
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2009

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2009 PARA 2010



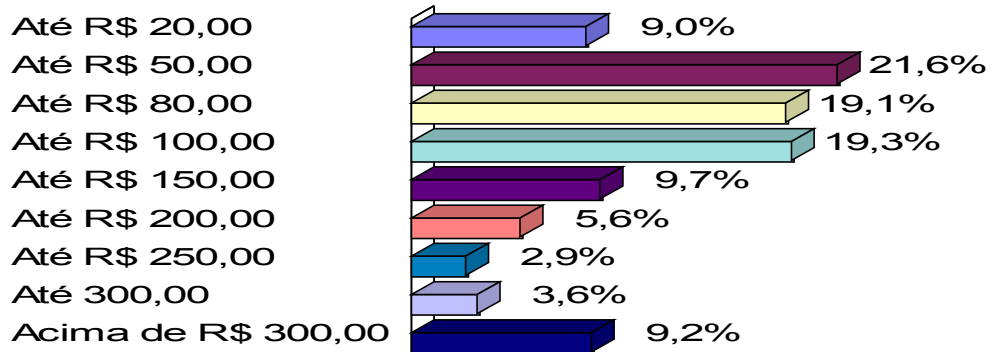
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2010 PARA 2011



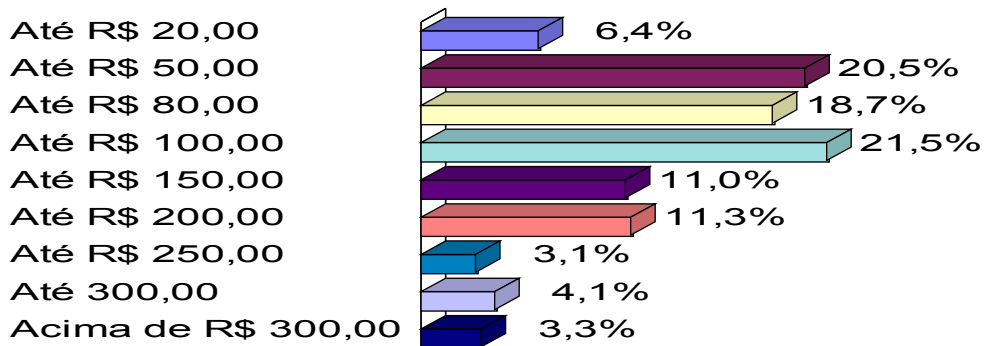
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### QUANTO\_GASTAR - 2009



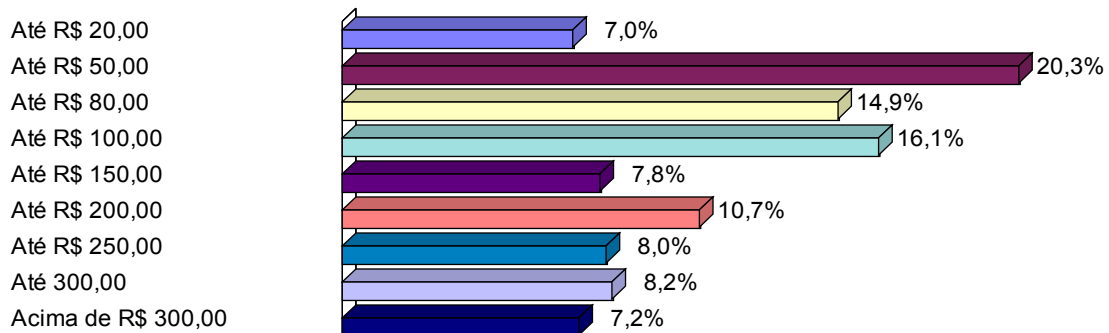
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### QUANTO\_GASTAR - 2010



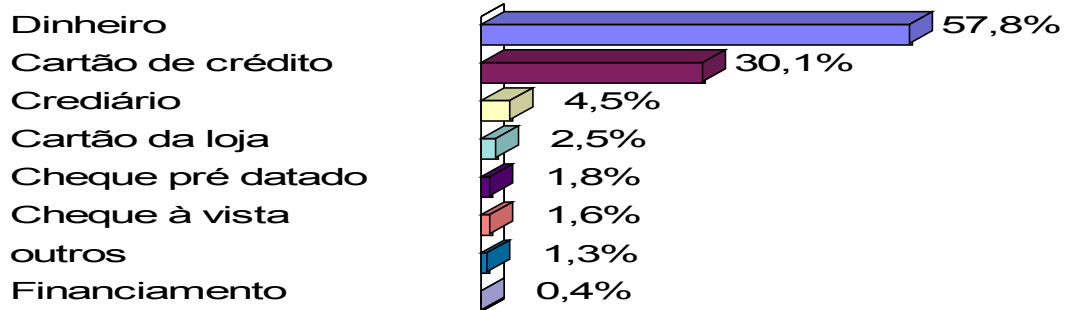
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### QUANTO\_GASTAR 2011



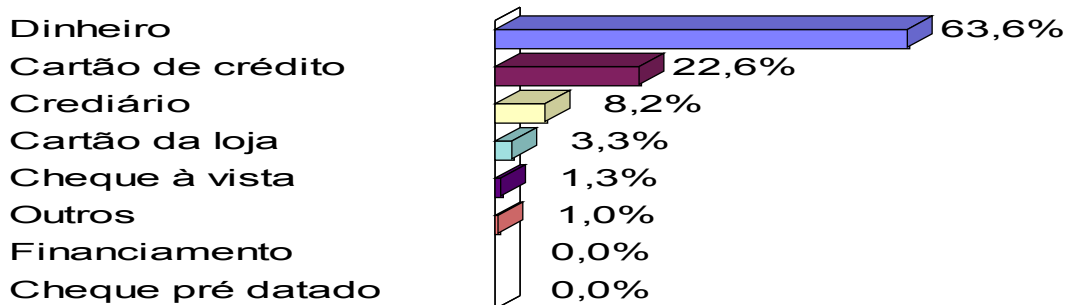
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### FORMA\_PAGAMENTO - 2009



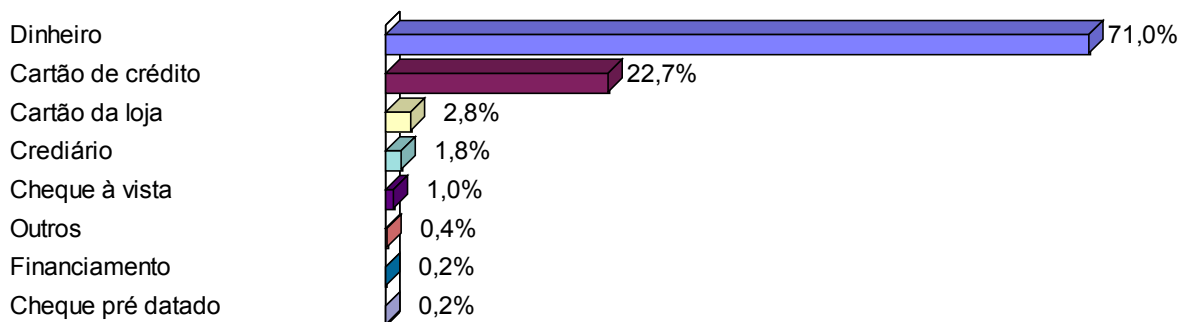
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2009

### FORMA\_PAGAMENTO - 2010



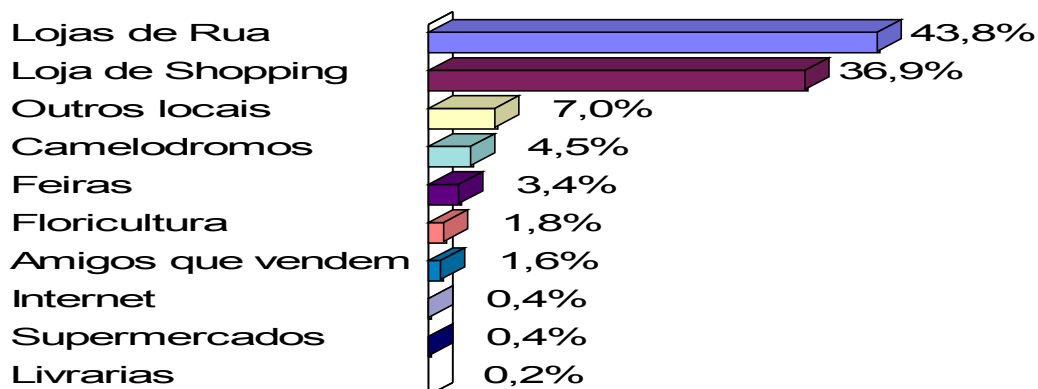
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### FORMA\_PAGAMENTO 2011



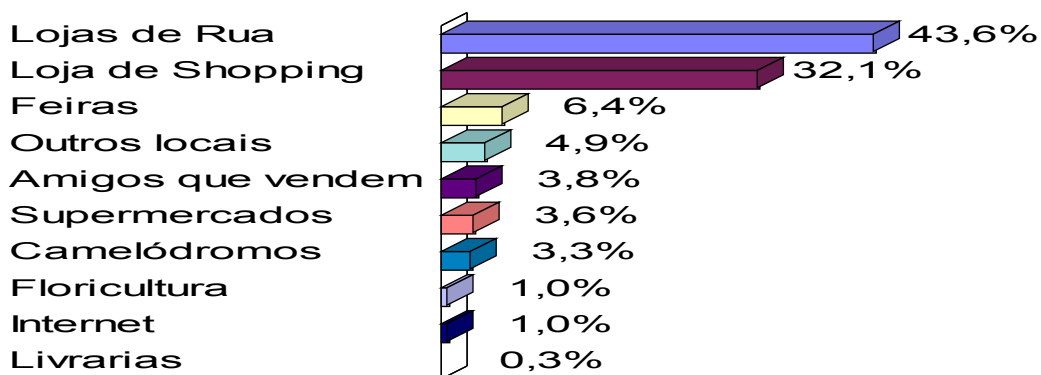
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### LOCAL\_COMPRA - 2009



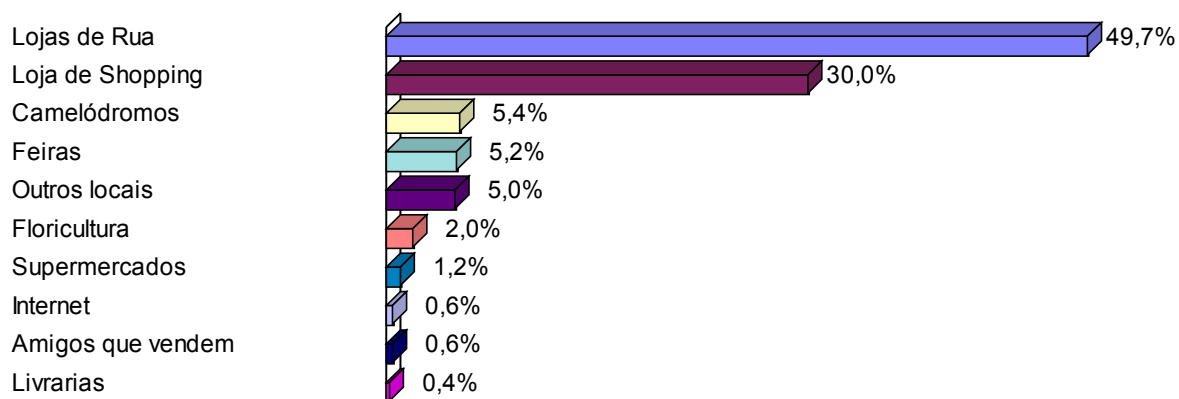
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### LOCAL\_COMPRA - 2010



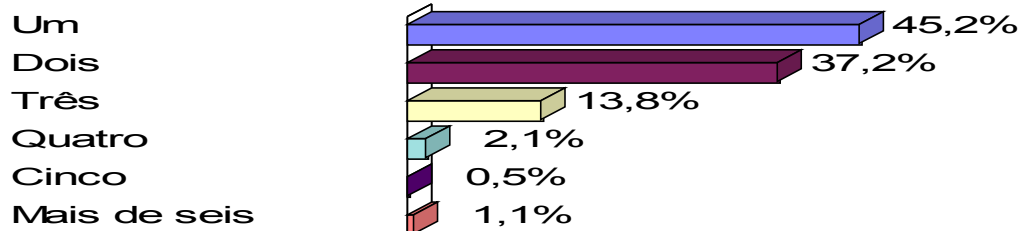
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### LOCAL\_COMPRA 2011



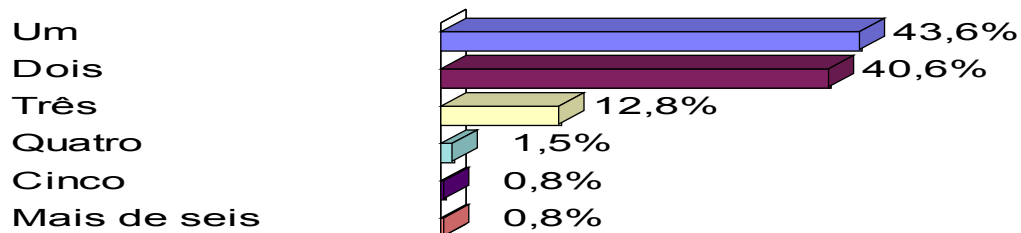
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

### NR\_FILHOS\_MAE - 2009



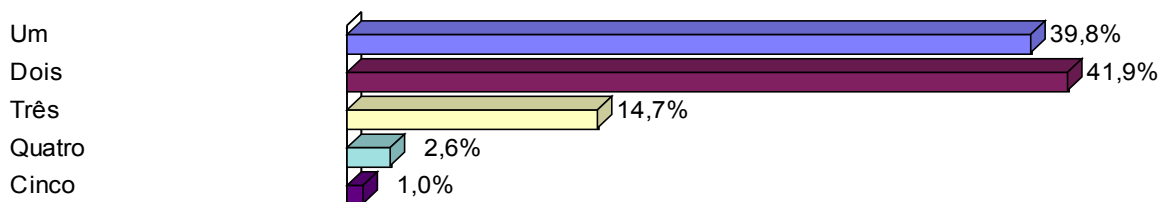
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### NR\_FILHOS\_MÃES - 2010



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### NR\_FILHOS\_MÃES 2011



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA - 2009



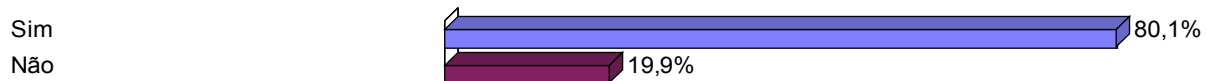
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2009

MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA DAS MAES - 2010



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2010

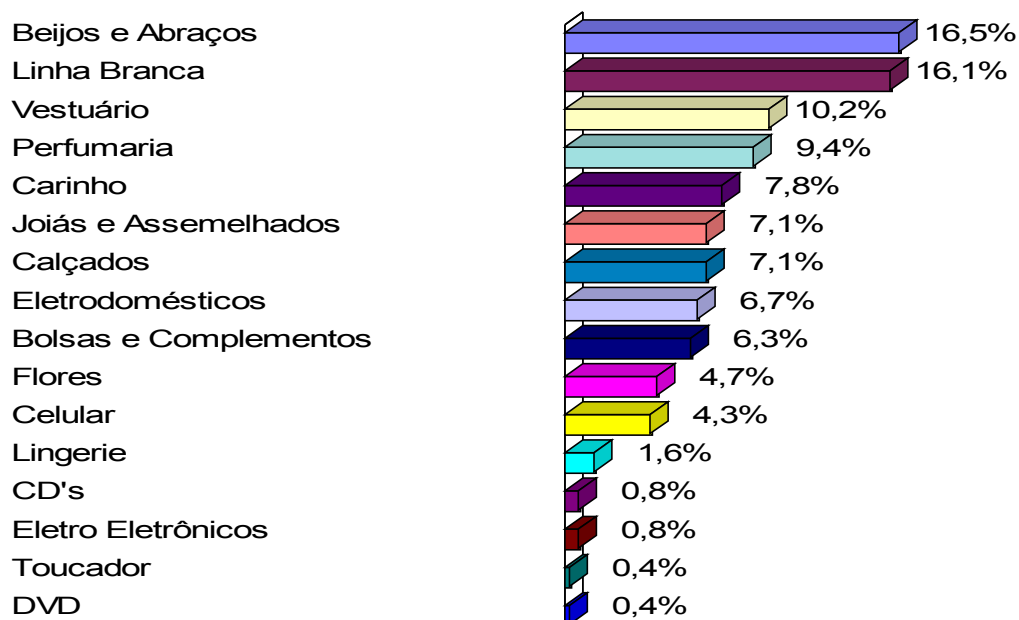
MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA 2011



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2011

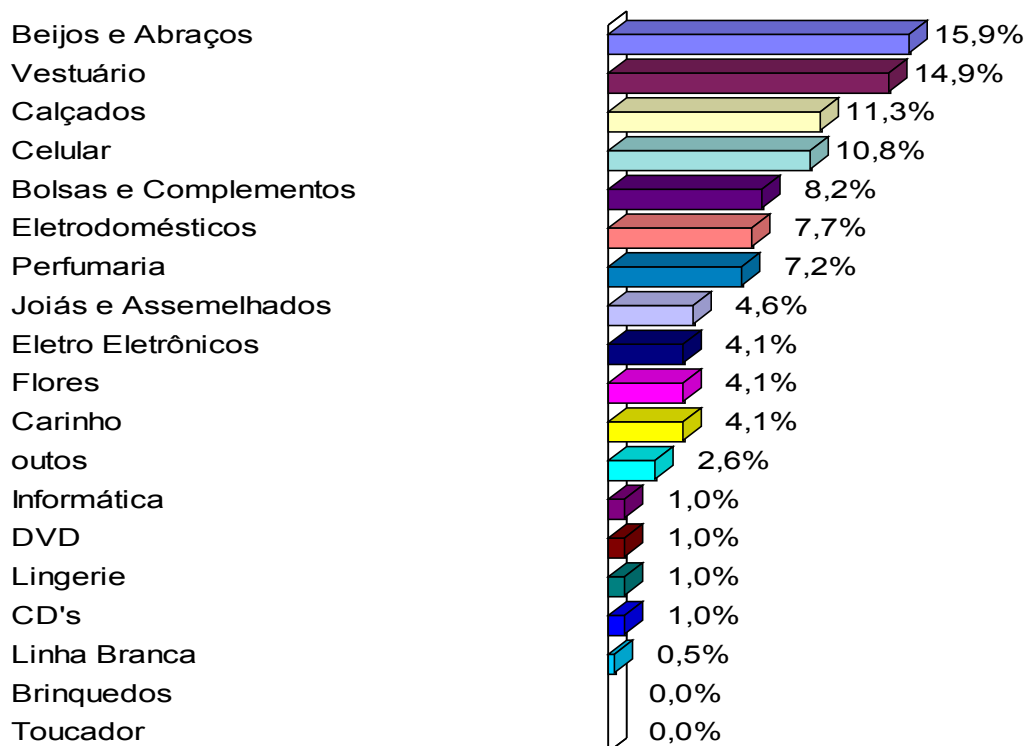
C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

OQUE\_MAE\_GOSTARIA\_GANHAR - 2009



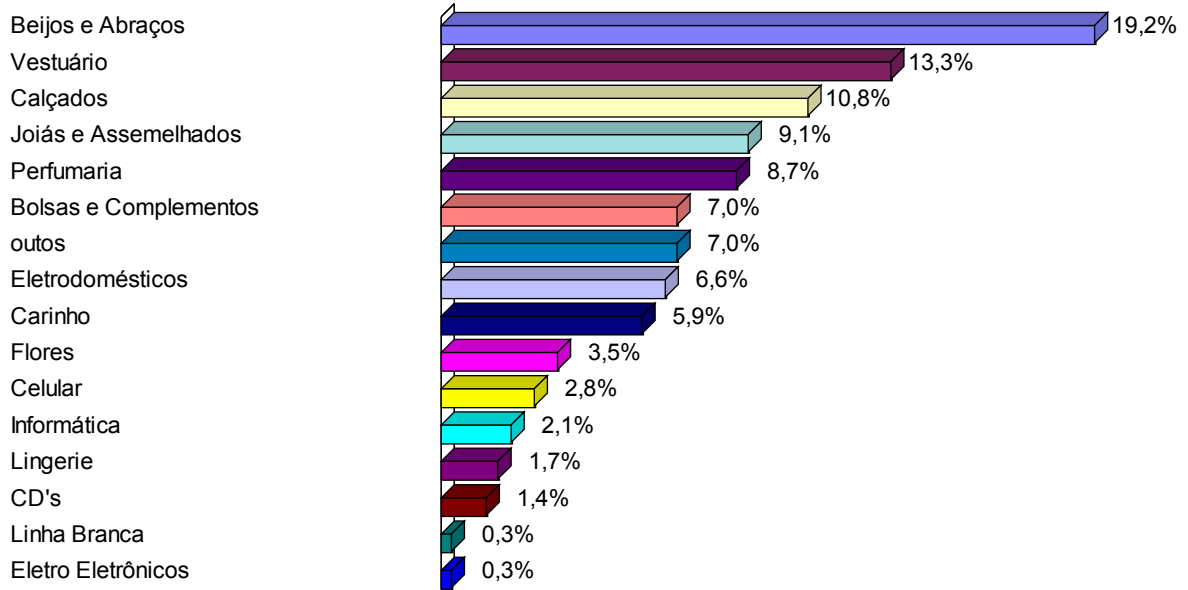
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2009

O QUE\_MÃES\_GOSTARIAM\_GANHAR - 2010



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR 2011



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

## CRUZAMENTO DE DADOS

### D. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS QUEM PRESENTEAR.

2009

<b>SEXO QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	21,0% (111)	53,3% (282)	<b>74,3% (393)</b>
Suas avós	2,3% (12)	4,9% (26)	<b>7,2% (38)</b>
Sua sogra	4,2% (22)	8,1% (43)	<b>12,3% (65)</b>
Sua esposa/companheira	5,5% (29)	0,4% (2)	<b>5,9% (31)</b>
Tia	0,0% (0)	0,4% (2)	<b>0,4% (2)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>32,9% (174)</b>	<b>67,1% (355)</b>	<b>100% (529)</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>SEXO QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	19,8% (98)	50,0% (248)	<b>69,8% (346)</b>
Suas avós	4,4% (22)	6,9% (34)	<b>11,3% (56)</b>
Sua sogra	2,4% (12)	8,3% (41)	<b>10,7% (53)</b>
Sua esposa/companheira	4,0% (20)	0,0% (0)	<b>4,0% (20)</b>
Tia	1,4% (7)	2,4% (12)	<b>3,8% (19)</b>
Madrinha	0,0% (0)	0,4% (2)	<b>0,4% (2)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>32,1% (159)</b>	<b>67,9% (337)</b>	<b>100% (496)</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>SEXO QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	18,5% (126)	50,6% (344)	<b>69,1% (470)</b>
Suas avós	1,9% (13)	5,9% (40)	<b>7,8% (53)</b>
Sua sogra	2,4% (16)	13,2% (90)	<b>15,6% (106)</b>
Sua esposa/companheira	3,8% (26)	0,1% (1)	<b>4,0% (27)</b>
Tia	0,1% (1)	1,5% (10)	<b>1,6% (11)</b>
Madrinha	0,0% (0)	1,9% (13)	<b>1,9% (13)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>26,8% (182)</b>	<b>73,2% (498)</b>	<b>100% (680)</b>

E. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

2009

<b>SEXO</b> <b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	Masculino	Feminino	TOTAL
Vestuário	4,8%	18,4%	<b>23,3%</b>
Linha Branca	6,5%	9,9%	<b>16,4%</b>
Perfumaria	5,0%	8,6%	<b>13,6%</b>
Calçados	3,2%	8,0%	<b>11,2%</b>
Eletrodomésticos	2,8%	4,8%	<b>7,6%</b>
Bolsas e Complementos	2,0%	4,7%	<b>6,7%</b>
Celular	3,2%	2,0%	<b>5,2%</b>
Joiás e Assemelhados	1,7%	3,4%	<b>5,0%</b>
Flores	2,0%	2,0%	<b>4,1%</b>
Lingerie	0,9%	1,9%	<b>2,8%</b>
Eleto Eletrônicos	0,4%	0,9%	<b>1,3%</b>
CD's	0,7%	0,6%	<b>1,3%</b>
DVD	0,4%	0,4%	<b>0,7%</b>
Informática	0,2%	0,2%	<b>0,4%</b>
Linha Marron	0,0%	0,2%	<b>0,2%</b>
Brinquedos	0,2%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>34,1%</b>	<b>65,9%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>SEXO</b> <b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	Masculino	Feminino	TOTAL
Vestuário	7,9%	20,4%	<b>28,3%</b>
Perfumaria	5,5%	9,8%	<b>15,3%</b>
Calçados	4,2%	9,1%	<b>13,2%</b>
Bolsas e Complementos	2,8%	8,1%	<b>10,9%</b>
Otos	4,0%	4,5%	<b>8,5%</b>
Eletrodomésticos	2,1%	3,0%	<b>5,1%</b>
Celular	1,9%	3,0%	<b>4,9%</b>
Joiás e Assemelhados	0,6%	3,2%	<b>3,8%</b>
Flores	1,7%	1,9%	<b>3,6%</b>
Eleto Eletrônicos	0,9%	1,7%	<b>2,6%</b>
CD's	0,6%	0,8%	<b>1,3%</b>
Lingerie	0,0%	0,8%	<b>0,8%</b>
Toucador	0,0%	0,6%	<b>0,6%</b>
Informática	0,2%	0,4%	<b>0,6%</b>
DVD	0,4%	0,0%	<b>0,4%</b>
Brinquedos	0,2%	0,0%	<b>0,2%</b>
Linha Branca	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>32,8%</b>	<b>67,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>SEXO</b> <b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Vestuário	7,1%	20,5%	<b>27,6%</b>
Não resposta	2,8%	8,3%	<b>11,2%</b>
Calçados	2,1%	8,5%	<b>10,5%</b>
Perfumaria	4,4%	5,9%	<b>10,3%</b>
Bolsas e Complementos	3,0%	6,9%	<b>9,9%</b>
Outos	2,1%	5,5%	<b>7,6%</b>
Eletrodomésticos	2,2%	4,9%	<b>7,1%</b>
Flores	1,5%	3,2%	<b>4,7%</b>
Joiás e Assemelhados	1,4%	2,8%	<b>4,2%</b>
Celular	0,5%	2,4%	<b>3,0%</b>
Lingerie	0,0%	1,2%	<b>1,2%</b>
Eleto Eletrônicos	0,4%	0,4%	<b>0,8%</b>
CD's	0,4%	0,4%	<b>0,8%</b>
DVD	0,3%	0,4%	<b>0,6%</b>
Linha Branca	0,0%	0,4%	<b>0,4%</b>
Toucadador	0,1%	0,0%	<b>0,1%</b>
Brinquedos	0,0%	0,1%	<b>0,1%</b>
Informática	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,1%</b>	<b>71,9%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

**F. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA FAMILIAR VERSUS QUANTO GASTAR.**

**2009**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
até R\$ 465,00	0,4%	2,2%	0,7%	1,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>5,4%</b>
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	2,0%	3,6%	2,2%	1,8%	1,1%	1,3%	0,9%	0,2%	1,1%	<b>14,4%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	1,8%	3,4%	4,9%	3,8%	2,2%	0,2%	0,2%	1,1%	0,9%	<b>18,7%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	2,5%	5,8%	6,1%	5,4%	2,5%	1,1%	0,2%	0,7%	2,0%	<b>26,3%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	1,1%	2,9%	3,4%	3,4%	1,6%	1,3%	0,9%	0,4%	2,5%	<b>17,5%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	0,9%	2,0%	0,7%	2,2%	0,7%	0,7%	0,0%	0,2%	1,8%	<b>9,2%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	0,2%	0,4%	0,7%	0,7%	0,7%	0,4%	0,2%	0,2%	0,7%	<b>4,3%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	0,0%	1,1%	0,4%	0,7%	0,7%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	<b>4,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**2010**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
Até R\$ 510,00	1,8%	2,6%	1,8%	2,8%	0,5%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	<b>10,0%</b>
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	1,0%	5,6%	3,1%	6,4%	2,8%	2,1%	0,3%	0,3%	0,3%	<b>21,8%</b>
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	1,8%	5,1%	6,4%	3,8%	4,4%	2,8%	0,8%	1,0%	0,5%	<b>26,7%</b>
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	0,5%	3,3%	3,1%	3,1%	1,3%	3,3%	1,3%	1,0%	0,8%	<b>17,7%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	0,5%	1,0%	1,0%	2,6%	0,3%	0,8%	0,0%	1,0%	0,0%	<b>7,2%</b>
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	0,0%	0,8%	0,3%	0,5%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>2,8%</b>
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	0,5%	1,0%	2,3%	1,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,5%	<b>6,4%</b>
Acima de R\$ 3.000,00	0,3%	1,0%	0,8%	1,3%	1,3%	1,0%	0,5%	0,3%	1,0%	<b>7,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6,4%</b>	<b>20,5%</b>	<b>18,7%</b>	<b>21,5%</b>	<b>11,0%</b>	<b>11,3%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

**2011**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
Menos de R\$ 545,00 ( 1SM)	1,6%	4,2%	1,6%	1,2%	0,4%	0,6%	0,4%	0,2%	0,2%	<b>10,3%</b>
De R\$ 545,00 a R\$ 1.090,00 (2SM)	1,8%	5,6%	3,0%	3,6%	1,2%	0,6%	1,2%	1,0%	0,2%	<b>18,1%</b>
De R\$ 1.091,00 a R\$ 1.635,00 (3SM)	1,8%	6,2%	5,6%	4,8%	2,4%	3,4%	1,8%	1,0%	0,8%	<b>27,6%</b>
De R\$ 1.636,00 a R\$ 2.180,00 (4SM)	0,4%	2,4%	1,8%	2,0%	1,6%	1,8%	1,0%	0,8%	0,4%	<b>12,1%</b>
De R\$ 2.181,00 a R\$ 2.725,00 (5SM)	0,8%	0,6%	1,6%	2,2%	0,8%	3,0%	1,8%	2,4%	1,8%	<b>14,9%</b>
De R\$ 2.726,00 a R\$ 3.270,00 (6SM)	0,0%	0,4%	0,6%	1,0%	0,2%	0,2%	0,6%	1,0%	1,4%	<b>5,4%</b>
De R\$ 3.271,00 a R\$ 3.815,00 (7SM)	0,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	0,8%	0,6%	1,0%	1,0%	<b>5,0%</b>
De R\$ 3.816,00 a R\$ 4.360,00 ( 8SM)	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>1,4%</b>
De R\$ 4.361,00 a R\$ 4.905,00 (9SM)	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%	<b>1,0%</b>
De R\$ 4.906,00 a R\$ 5.450,00 (10SM)	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>0,8%</b>
Acima de 5.451,00	0,0%	0,6%	0,2%	0,4%	0,6%	0,2%	0,2%	0,4%	0,8%	<b>3,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,0%</b>	<b>20,3%</b>	<b>14,9%</b>	<b>16,1%</b>	<b>7,8%</b>	<b>10,7%</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

**G. DISTRIBUIÇÃO DA FORMA DE PAGAMENTO VERSUS QUANTO GASTAR.**

**2009**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>FORMA_PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	7,0%	15,3%	11,2%	10,3%	4,0%	3,6%	1,6%	1,6%	3,1%	<b>57,8%</b>
Cheque à vista	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>1,6%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,8%</b>
Cartão de crédito	1,6%	4,9%	4,9%	6,3%	4,0%	1,3%	1,1%	1,3%	4,5%	<b>30,1%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,2%	0,9%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	<b>2,5%</b>
Crediário	0,0%	0,4%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	0,0%	0,2%	1,1%	<b>4,5%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>0,4%</b>
outros	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**2010**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>FORMA_PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	6,2%	15,6%	13,3%	13,3%	6,7%	4,6%	1,3%	1,8%	0,8%	<b>63,6%</b>
Cheque à vista	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,3%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Cartão de crédito	0,3%	2,1%	2,8%	4,6%	3,1%	5,1%	1,5%	1,3%	1,8%	<b>22,6%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,8%	0,5%	0,8%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	<b>3,3%</b>
Crediário	0,0%	1,0%	1,3%	2,6%	0,8%	1,0%	0,0%	1,0%	0,5%	<b>8,2%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Outros	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6,4%</b>	<b>20,5%</b>	<b>18,7%</b>	<b>21,5%</b>	<b>11,0%</b>	<b>11,3%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

**2011**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>FORMA_PAGAMENTO</b>										
Não resposta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Dinheiro	6,8%	18,1%	11,1%	10,9%	5,8%	6,2%	4,8%	4,2%	3,2%	<b>71,0%</b>
Cheque à vista	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%	<b>1,0%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Cartão de crédito	0,2%	1,8%	2,8%	4,0%	1,6%	4,0%	2,2%	3,0%	3,2%	<b>22,7%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,0%	0,4%	0,6%	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	0,0%	<b>2,8%</b>
Crediário	0,0%	0,2%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,2%	0,4%	0,4%	<b>1,8%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,2%</b>
Outros	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,0%</b>	<b>20,3%</b>	<b>14,9%</b>	<b>16,1%</b>	<b>7,8%</b>	<b>10,7%</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

## H. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRAS VERSUS ESCOLARIDADE.

2009

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,2%	1,3%	11,0%	8,1%	7,2%	6,1%	2,9%	<b>36,9%</b>
Lojas de Rua	0,4%	1,1%	8,5%	21,6%	7,4%	4,3%	0,4%	<b>43,8%</b>
Camelódromos	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	0,7%	0,4%	0,2%	<b>4,5%</b>
Feiras	0,0%	0,0%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	<b>3,4%</b>
Supermercados	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Floricultura	0,0%	0,0%	1,3%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>1,8%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	<b>1,6%</b>
Outros locais	0,0%	0,9%	1,6%	2,9%	0,9%	0,7%	0,0%	<b>7,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,7%</b>	<b>3,8%</b>	<b>24,0%</b>	<b>37,8%</b>	<b>17,5%</b>	<b>12,1%</b>	<b>4,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,5%	4,1%	2,1%	7,4%	12,3%	3,8%	1,8%	<b>32,1%</b>
Lojas de Rua	0,3%	2,1%	2,6%	23,3%	12,3%	2,8%	0,3%	<b>43,6%</b>
Camelódromos	0,0%	0,0%	0,3%	1,3%	1,3%	0,0%	0,5%	<b>3,3%</b>
Feiras	0,3%	1,3%	0,5%	2,1%	1,8%	0,5%	0,0%	<b>6,4%</b>
Supermercados	0,0%	0,8%	0,5%	1,5%	0,3%	0,3%	0,3%	<b>3,6%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	<b>1,0%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,3%</b>
Floricultura	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	<b>1,0%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,8%	0,5%	1,5%	0,8%	0,3%	0,0%	<b>3,8%</b>
Outros locais	0,3%	0,8%	0,0%	2,1%	1,8%	0,0%	0,0%	<b>4,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,3%</b>	<b>10,0%</b>	<b>6,4%</b>	<b>39,7%</b>	<b>31,0%</b>	<b>8,5%</b>	<b>3,1%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

ESCOLARIDADE	Sem estudo	E. F. 1º fase	E. F. 2º fase	Ensino Médio	Grad.(cursando)	Grad.	Pós Grad.	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,0%	1,6%	1,0%	18,9%	2,6%	4,8%	1,2%	<b>30,0%</b>
Lojas de Rua	0,4%	2,2%	4,2%	30,8%	5,4%	5,4%	1,4%	<b>49,7%</b>
Camelódromos	0,0%	0,0%	0,8%	3,6%	0,6%	0,2%	0,2%	<b>5,4%</b>
Feiras	0,0%	0,2%	0,6%	3,0%	0,4%	1,0%	0,0%	<b>5,2%</b>
Supermercados	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,2%	0,4%	0,0%	<b>1,2%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	<b>0,6%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Floricultura	0,0%	0,2%	0,2%	1,4%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>2,0%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,6%</b>
Outros locais	0,4%	0,4%	0,2%	2,4%	1,6%	0,0%	0,0%	<b>5,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,8%</b>	<b>5,0%</b>	<b>7,0%</b>	<b>61,2%</b>	<b>10,9%</b>	<b>12,1%</b>	<b>3,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

## I. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

2009

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiam ento	outros	TOTAL
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Ensino Fundamental 1º fase	2,7%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	<b>3,8%</b>
Ensino Fundamental 2º fase	16,0%	0,2%	0,0%	5,2%	0,7%	1,6%	0,2%	0,2%	<b>24,0%</b>
Ensino Médio	22,9%	0,7%	0,7%	10,3%	0,2%	2,2%	0,2%	0,4%	<b>37,8%</b>
Graduação (cursando)	7,9%	0,2%	0,9%	7,6%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	<b>17,5%</b>
Graduação	6,3%	0,2%	0,2%	4,3%	0,7%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>12,1%</b>
Pós Graduado	1,6%	0,0%	0,0%	2,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>57,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamen to	Outros	TOTAL
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,3%</b>
Ensino Fundamental 1º fase	8,2%	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%	0,3%	0,0%	0,0%	<b>10,0%</b>
Ensino Fundamental 2º fase	3,8%	0,0%	0,0%	1,8%	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>6,4%</b>
Ensino Médio	25,4%	0,5%	0,0%	7,7%	0,8%	4,9%	0,0%	0,5%	<b>39,7%</b>
Graduação (cursando)	18,2%	0,8%	0,0%	8,7%	1,0%	2,1%	0,0%	0,3%	<b>31,0%</b>
Graduação	4,6%	0,0%	0,0%	2,8%	0,3%	0,5%	0,0%	0,3%	<b>8,5%</b>
Pós Graduado	2,6%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>3,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>63,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>22,6%</b>	<b>3,3%</b>	<b>8,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediári o	Financia mento	Outros	TOTAL
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,8%</b>
Ensino Fundamental 1º fase	3,8%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,0%</b>
Ensino Fundamental 2º fase	5,2%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>7,0%</b>
Ensino Médio	45,3%	0,6%	0,0%	12,7%	1,0%	1,4%	0,0%	0,2%	<b>61,2%</b>
Graduação (cursando)	5,8%	0,2%	0,2%	3,2%	1,2%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>10,9%</b>
Graduação	8,7%	0,2%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>12,1%</b>
Pós Graduado	1,6%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>3,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>22,7%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,8%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

**J. DISTRIBUIÇÃO RENDA FAMILIAR VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.**

**2009**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
até R\$ 465,00	4,5%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,4%</b>
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	9,0%	0,2%	0,0%	3,6%	0,0%	0,9%	0,0%	0,7%	<b>14,4%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	11,5%	0,0%	0,4%	4,7%	0,7%	1,1%	0,0%	0,2%	<b>18,7%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	16,0%	0,0%	0,2%	8,3%	0,4%	0,9%	0,0%	0,4%	<b>26,3%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	7,6%	0,7%	0,4%	6,5%	0,9%	1,1%	0,2%	0,0%	<b>17,5%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	4,7%	0,4%	0,4%	2,9%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>9,2%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	2,5%	0,2%	0,0%	1,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>4,3%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	2,0%	0,0%	0,2%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>57,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**2010**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
Até R\$ 510,00	7,2%	0,3%	0,0%	0,8%	1,0%	0,8%	0,0%	0,0%	<b>10,0%</b>
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	16,7%	0,0%	0,0%	4,1%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	<b>21,8%</b>
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	15,9%	0,3%	0,0%	5,4%	1,0%	3,6%	0,0%	0,5%	<b>26,7%</b>
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	8,2%	0,5%	0,0%	5,6%	0,8%	2,1%	0,0%	0,5%	<b>17,7%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	4,4%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	<b>7,2%</b>
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	2,1%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,8%</b>
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	4,4%	0,3%	0,0%	1,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	<b>6,4%</b>
Acima de R\$ 3.000,00	4,9%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>7,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>63,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>22,6%</b>	<b>3,3%</b>	<b>8,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2010

**2011**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
Menos de R\$ 545,00	9,7%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>10,3%</b>
De R\$ 545,00 a R\$ 1.090,00	14,7%	0,4%	0,0%	2,6%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>18,1%</b>
De R\$ 1.091,00 a R\$ 1.635,00	18,3%	0,0%	0,2%	6,6%	1,8%	0,8%	0,0%	0,0%	<b>27,6%</b>
De R\$ 1.636,00 a R\$ 2.180,00	9,1%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>12,1%</b>
De R\$ 2.181,00 a R\$ 2.725,00	8,3%	0,4%	0,0%	5,8%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>14,9%</b>
De R\$ 2.726,00 a R\$ 3.270,00	3,4%	0,2%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>5,4%</b>
De R\$ 3.271,00 a R\$ 3.815,00	2,8%	0,0%	0,0%	1,8%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>5,0%</b>
De R\$ 3.816,00 a R\$ 4.360,00	1,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>1,4%</b>
De R\$ 4.361,00 a R\$ 4.905,00	0,6%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
De R\$ 4.906,00 a R\$ 5.450,00	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,8%</b>
Acima de 5.451,00	2,4%	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>3,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71,0%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>22,7%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,8%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

## DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

**2009**

QUANTO_GASTAR	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	2,0%	6,1%	7,4%	6,1%	5,2%	2,2%	2,2%	1,3%	4,3%	<b>36,9%</b>
Lojas de Rua	3,4%	12,1%	4,9%	9,9%	3,4%	3,4%	0,4%	1,8%	4,5%	<b>43,8%</b>
Camelódromos	0,4%	1,1%	2,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,5%</b>
Feiras	0,2%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>3,4%</b>
Supermercados	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Livrarias	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Floricultura	0,7%	0,0%	0,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,8%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,2%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,6%</b>
Outros locais	1,6%	1,3%	1,1%	1,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	<b>7,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**2010**

QUANTO_GASTAR	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	1,8%	6,2%	3,6%	7,4%	3,1%	5,1%	1,5%	2,1%	1,3%	<b>32,1%</b>
Lojas de Rua	1,0%	6,9%	9,2%	10,8%	7,2%	5,4%	1,3%	1,0%	0,8%	<b>43,6%</b>
Camelódromos	0,3%	1,8%	0,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	<b>3,3%</b>
Feiras	1,5%	2,8%	1,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>6,4%</b>
Supermercados	1,0%	0,5%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	<b>3,6%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	<b>1,0%</b>
Livrarias	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,3%</b>
Floricultura	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,8%	1,8%	1,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>3,8%</b>
Outros locais	0,5%	1,0%	0,8%	0,8%	0,5%	0,8%	0,0%	0,3%	0,3%	<b>4,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6,4%</b>	<b>20,5%</b>	<b>18,7%</b>	<b>21,5%</b>	<b>11,0%</b>	<b>11,3%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2008

**2011**

QUANTO_GASTAR	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	1,2%	4,0%	3,6%	5,8%	2,2%	2,4%	2,4%	4,8%	3,8%	<b>30,0%</b>
Lojas de Rua	3,2%	8,3%	8,7%	7,8%	5,0%	7,0%	4,6%	2,2%	3,0%	<b>49,7%</b>
Camelódromos	0,8%	2,6%	0,6%	0,4%	0,4%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	<b>5,4%</b>
Feiras	0,4%	2,2%	1,4%	1,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,2%</b>
Supermercados	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>1,2%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,4%	0,0%	<b>0,6%</b>
Livrarias	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Floricultura	0,4%	0,8%	0,2%	0,4%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,0%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,6%</b>
Outros locais	0,4%	1,6%	0,4%	0,6%	0,0%	0,6%	0,6%	0,4%	0,4%	<b>5,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,0%</b>	<b>20,3%</b>	<b>14,9%</b>	<b>16,1%</b>	<b>7,8%</b>	<b>10,7%</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPARAÇÃO DO VALOR DO PRESENTE, MAIOR, MENOR OU MESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO VERSUS QUANTO GASTAR.**

### 2009

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	0,9%	2,9%	1,8%	3,4%	<b>9,0%</b>
Até R\$ 50,00	3,8%	5,4%	6,5%	5,8%	<b>21,6%</b>
Até R\$ 80,00	4,7%	5,8%	4,7%	3,8%	<b>19,1%</b>
Até R\$ 100,00	4,7%	4,5%	4,7%	5,4%	<b>19,3%</b>
Até R\$ 150,00	4,3%	1,3%	2,2%	1,8%	<b>9,7%</b>
Até R\$ 200,00	2,0%	0,9%	1,1%	1,6%	<b>5,6%</b>
Até R\$ 250,00	1,1%	0,2%	1,1%	0,4%	<b>2,9%</b>
Até 300,00	1,3%	0,2%	0,4%	1,6%	<b>3,6%</b>
Acima de R\$ 300,00	5,8%	0,7%	0,7%	2,0%	<b>9,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>23,4%</b>	<b>25,8%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### 2010

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	1,0%	1,3%	1,3%	2,8%	<b>6,4%</b>
Até R\$ 50,00	3,8%	3,1%	6,9%	6,7%	<b>20,5%</b>
Até R\$ 80,00	5,9%	2,1%	6,2%	4,6%	<b>18,7%</b>
Até R\$ 100,00	7,2%	1,5%	7,2%	5,6%	<b>21,5%</b>
Até R\$ 150,00	4,4%	0,8%	1,5%	4,4%	<b>11,0%</b>
Até R\$ 200,00	5,4%	0,3%	1,8%	3,8%	<b>11,3%</b>
Até R\$ 250,00	1,8%	0,0%	0,5%	0,8%	<b>3,1%</b>
Até 300,00	1,8%	0,3%	0,8%	1,3%	<b>4,1%</b>
Acima de R\$ 300,00	2,6%	0,0%	0,5%	0,3%	<b>3,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33,8%</b>	<b>9,2%</b>	<b>26,7%</b>	<b>30,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

### 2011

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	1,0%	1,6%	1,4%	3,0%	<b>7,0%</b>
Até R\$ 50,00	3,2%	3,6%	4,2%	9,3%	<b>20,3%</b>
Até R\$ 80,00	3,6%	0,8%	5,4%	5,2%	<b>14,9%</b>
Até R\$ 100,00	5,2%	0,8%	3,0%	7,2%	<b>16,1%</b>
Até R\$ 150,00	2,6%	0,0%	1,8%	3,4%	<b>7,8%</b>
Até R\$ 200,00	3,0%	0,6%	1,8%	5,4%	<b>10,7%</b>
Até R\$ 250,00	3,8%	0,6%	0,8%	2,8%	<b>8,0%</b>
Até 300,00	4,2%	0,0%	1,8%	2,2%	<b>8,2%</b>
Acima de R\$ 300,00	4,6%	0,4%	0,6%	1,6%	<b>7,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>31,0%</b>	<b>8,3%</b>	<b>20,7%</b>	<b>40,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4. APÊNDICE.

##### 4.1 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL É O SEU SEXO.

2009

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	187	31,5%
Feminino	407	68,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	148	31,2%
Feminino	327	68,8%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	160	27,1%
Feminino	430	72,9%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.2 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL É SUA FAIXA ETÁRIA.

2009

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	101	17,0%
de 19 à 25 anos	167	28,1%
de 26 à 35 anos	165	27,8%
de 36 à 45 anos	109	18,4%
de 46 à 55 anos	31	5,2%
Mais de 55 anos	21	3,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	81	17,1%
de 19 à 25 anos	169	35,6%
de 26 à 35 anos	119	25,1%
de 36 à 45 anos	53	11,2%
de 46 à 55 anos	42	8,8%
Mais de 55 anos	11	2,3%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	150	25,4%
de 19 à 25 anos	171	29,0%
de 26 à 35 anos	160	27,1%
de 36 à 45 anos	63	10,7%
de 46 à 55 anos	32	5,4%
Mais de 55 anos	14	2,4%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.3 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O SEU ESTADO CIVIL?

2009

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	324	54,5%
Casado(a)	214	36,0%
Divorciado(a)	34	5,7%
Viúvo(a)	6	1,0%
Outros	16	2,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	288	60,6%
Casado(a)	150	31,6%
Divorciado(a)	15	3,2%
Viúvo(a)	12	2,5%
Outros	10	2,1%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	332	56,3%
Casado(a)	214	36,3%
Divorciado(a)	26	4,4%
Viúvo(a)	7	1,2%
Outros	11	1,9%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.4 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O GRAU DE INSTRUÇÃO?

2009

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	6	1,0%
Ensino Fundamental 1º fase	27	4,5%
Ensino Fundamental 2º fase	143	24,1%
Ensino Médio	241	40,6%
Graduação (cursando)	92	15,5%
Graduação	62	10,4%
Pós Graduado	23	3,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	5	1,1%
Ensino Fundamental 1º fase	46	9,7%
Ensino Fundamental 2º fase	35	7,4%
Ensino Médio	197	41,5%
Graduação (cursando)	141	29,7%
Graduação	39	8,2%
Pós Graduado	12	2,5%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2010

2011

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	6	1,0%
Ensino Fundamental 1º fase	31	5,3%
Ensino Fundamental 2º fase	47	8,0%
Ensino Médio	355	60,2%
Graduação (cursando)	60	10,2%
Graduação	72	12,2%
Pós Graduado	19	3,2%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.5 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL A SUA RENDA FAMILIAR?

2009

<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
até R\$ 465,00	47	7,9%
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	96	16,2%
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	121	20,4%
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	144	24,2%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	94	15,8%
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	45	7,6%
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	22	3,7%
Acima de R\$ 3.301,00	25	4,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 510,00	49	10,3%
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	102	21,5%
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	121	25,5%
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	87	18,3%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	40	8,4%
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	15	3,2%
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	30	6,3%
Acima de R\$ 3.000,00	31	6,5%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2010

2011

<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Menos de R\$ 545,00 ( 1SM)	65	11,0%
De R\$ 545,00 a R\$ 1.090,00 (2SM)	118	20,0%
De R\$ 1.091,00 a R\$ 1.635,00 (3SM)	158	26,8%
De R\$ 1.636,00 a R\$ 2.180,00 (4SM)	68	11,5%
De R\$ 2.181,00 a R\$ 2.725,00 (5SM)	81	13,7%
De R\$ 2.726,00 a R\$ 3.270,00 (6SM)	31	5,3%
De R\$ 3.271,00 a R\$ 3.815,00 (7SM)	26	4,4%
De R\$ 3.816,00 a R\$ 4.360,00 ( 8SM)	8	1,4%
De R\$ 4.361,00 a R\$ 4.905,00 (9SM)	6	1,0%
De R\$ 4.906,00 a R\$ 5.450,00 (10SM)	7	1,2%
Acima de 5.451,00	22	3,7%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.6 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – VOCÊ POSSUI FILHOS?

2009

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	249	41,9%
Não	345	58,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	208	43,8%
Não	267	56,2%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	244	41,4%
Não	346	58,6%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.7 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NO DIA DAS MÃES?

2009

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	445	74,9%
Não	149	25,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	390	82,1%
Não	85	17,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>475</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	503	85,3%
Não	87	14,7%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

**Média = 1,15 Desvio-padrão = 0,35**

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.8 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUEM VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR?

2009

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	393	74,3%
Suas avós	38	7,2%
Sua sogra	65	12,3%
Sua esposa/companheira	31	5,9%
Tia	2	0,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>529</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2010

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	346	69,8%
Suas avós	56	11,3%
Sua sogra	53	10,7%
Sua esposa/companheira	20	4,0%
Tia	19	3,8%
Madrinha	2	0,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2011

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	470	79,7%
Suas avós	53	9,0%
Sua sogra	106	18,0%
Sua esposa/companheira	27	4,6%
Tia	11	1,9%
Madrinha	13	2,2%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

A tabela é constituída sobre 590 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

#### 4.9 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – O QUÊ VOCÊ PRETENDE COMPRAR?

2009

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Vestuário	125	23,3%
Linha Branca	88	16,4%
Perfumaria	73	13,6%
Calçados	60	11,2%
Eletrodomésticos	41	7,6%
Bolsas e Complementos	36	6,7%
Celular	28	5,2%
Joiás e Assemelhados	27	5,0%
Flores	22	4,1%
Lingerie	15	2,8%
Eleto Eletrônicos	7	1,3%
CD's	7	1,3%
DVD	4	0,7%
Informática	2	0,4%
Linha Marron	1	0,2%
Brinquedos	1	0,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>537</b>	<b>100%</b>

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2010

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	58	10,9%
Brinquedos	1	0,2%
CD's	7	1,3%
Calçados	70	13,2%
Celular	26	4,9%
DVD	2	0,4%
Eletrodomésticos	27	5,1%
Eleto Eletrônicos	14	2,6%
Flores	19	3,6%
Linha Branca	0	0,0%
Informática	3	0,6%
Joiás e Assemelhados	20	3,8%
Lingerie	4	0,8%
Perfumaria	81	15,3%
Toucadador	3	0,6%
Vestuário	150	28,3%
Outos	45	8,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>530</b>	<b>100%</b>

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2011

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	77	13,1%
Brinquedos	1	0,2%
CD's	6	1,0%
Calçados	82	13,9%
Celular	23	3,9%
DVD	5	0,8%
Eletrodomésticos	55	9,3%
Eleto Eletrônicos	6	1,0%
Flores	37	6,3%
Linha Branca	3	0,5%
Informática	0	0,0%
Joiás e Assemelhados	33	5,6%
Lingerie	9	1,5%
Perfumaria	80	13,6%
Toucador	1	0,2%
Vestuário	215	36,4%
Outos	59	10,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

A tabela é constituída sobre 590 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

4.10 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – O PRESENTE QUE VOCÊ PRETENDE DAR TEM VALOR MAIOR, MENOR OU MESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO?

2009

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	128	28,8%
Menor	98	22,0%
Mesmo valor	104	23,4%
Não sei	115	25,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

2010

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	132	33,8%
Menor	36	9,2%
Mesmo valor	104	26,7%
Não sei	118	30,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

2011

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	156	26,4%
Menor	42	7,1%
Mesmo valor	104	17,6%
Não sei	201	34,1%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

4.11 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUANTO VOCÊ PRETENDE GASTAR?

2009

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	40	9,0%
Até R\$ 50,00	96	21,6%
Até R\$ 80,00	85	19,1%
Até R\$ 100,00	86	19,3%
Até R\$ 150,00	43	9,7%
Até R\$ 200,00	25	5,6%
Até R\$ 250,00	13	2,9%
Até 300,00	16	3,6%
Acima de R\$ 300,00	41	9,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	25	6,4%
Até R\$ 50,00	80	20,5%
Até R\$ 80,00	73	18,7%
Até R\$ 100,00	84	21,5%
Até R\$ 150,00	43	11,0%
Até R\$ 200,00	44	11,3%
Até R\$ 250,00	12	3,1%
Até 300,00	16	4,1%
Acima de R\$ 300,00	13	3,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	35	5,9%
Até R\$ 50,00	102	17,3%
Até R\$ 80,00	75	12,7%
Até R\$ 100,00	81	13,7%
Até R\$ 150,00	39	6,6%
Até R\$ 200,00	54	9,2%
Até R\$ 250,00	40	6,8%
Até 300,00	41	6,9%
Acima de R\$ 300,00	36	6,1%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

4.12 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL A FORMA DE PAGAMENTO PREFERIDA?

2009

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	257	57,8%
Cheque à vista	7	1,6%
Cheque pré datado	8	1,8%
Cartão de crédito	134	30,1%
Cartão da loja	11	2,5%
Crediário	20	4,5%
Financiamento	2	0,4%
outros	6	1,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	248	63,6%
Cheque à vista	5	1,3%
Cheque pré datado	0	0,0%
Cartão de crédito	88	22,6%
Cartão da loja	13	3,3%
Crediário	32	8,2%
Financiamento	0	0,0%
Outros	4	1,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2011

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Não resposta	87	14,7%
Dinheiro	357	60,5%
Cheque à vista	5	0,8%
Cheque pré datado	1	0,2%
Cartão de crédito	114	19,3%
Cartão da loja	14	2,4%
Crediário	9	1,5%
Financiamento	1	0,2%
Outros	2	0,3%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

#### 4.12 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O SEU LOCAL DE COMPRAS PREFERIDO?

2009

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	164	36,9%
Lojas de Rua	195	43,8%
Camelódromos	20	4,5%
Feiras	15	3,4%
Supermercados	2	0,4%
Internet	2	0,4%
Livrarias	1	0,2%
Floricultura	8	1,8%
Amigos que vendem	7	1,6%
Outros locais	31	7,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	125	32,1%
Lojas de Rua	170	43,6%
Camelódromos	13	3,3%
Feiras	25	6,4%
Supermercados	14	3,6%
Internet	4	1,0%
Livrarias	1	0,3%
Floricultura	4	1,0%
Amigos que vendem	15	3,8%
Outros locais	19	4,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

2010

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	151	25,6%
Lojas de Rua	250	42,4%
Camelódromos	27	4,6%
Feiras	26	4,4%
Supermercados	6	1,0%
Internet	3	0,5%
Livrarias	2	0,3%
Floricultura	10	1,7%
Amigos que vendem	3	0,5%
Outros locais	25	4,2%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

#### 4.13 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUANTOS FILHOS VOCÊ POSSUI?

2009

<b>NR_FILHOS_MAE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	85	45,2%
Dois	70	37,2%
Três	26	13,8%
Quatro	4	2,1%
Cinco	1	0,5%
Mais de seis	2	1,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2010

<b>NR_FILHOS_MÃES</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	58	43,6%
Dois	54	40,6%
Três	17	12,8%
Quatro	2	1,5%
Cinco	1	0,8%
Mais de seis	1	0,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2011

<b>NR_FILHOS_MÃES</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	76	12,9%
Dois	80	13,6%
Três	28	4,7%
Quatro	5	0,8%
Cinco	2	0,3%
Mais de seis	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2011

A tabela é constituída sobre 590 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

#### 4.14 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – VOCÊ RECEBEU PRESENTES NO ÚLTIMO DIA DAS MÃES?

## 2009

<b>MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA</b>	Qt. cit.	Freq.
Sim	172	91,5%
Não	16	8,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

## 2010

<b>MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA</b>	Qt. cit.	Freq.
Sim	101	75,4%
Não	33	24,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

## 2011

<b>MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA</b>	Qt. cit.	Freq.
Sim	153	25,9%
Não	38	6,4%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2011

A tabela é constituída sobre 590 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

### 4.15 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – O QUE VOCÊ GOSTARIA DE GANHAR NO PRÓXIMO DIA DAS MÃES?

## 2009

<b>OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	42	16,5%
Linha Branca	41	16,1%
Vestuário	26	10,2%
Perfumaria	24	9,4%
Carinho	20	7,8%
Joiás e Assemelhados	18	7,1%
Calçados	18	7,1%
Eletrodomésticos	17	6,7%
Bolsas e Complementos	16	6,3%
Flores	12	4,7%
Celular	11	4,3%
Lingerie	4	1,6%
CD's	2	0,8%
Eleto Eletrônicos	2	0,8%
Toucador	1	0,4%
DVD	1	0,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

## 2010

<b>O QUE_MÃES_GOSTARIAM_GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	31	15,9%
Bolsas e Complementos	16	8,2%
Brinquedos	0	0,0%
Carinho	8	4,1%
CD's	2	1,0%
Calçados	22	11,3%
Celular	21	10,8%
DVD	2	1,0%
Eletrodomésticos	15	7,7%
Eleto Eletrônicos	8	4,1%
Flores	8	4,1%
Linha Branca	1	0,5%
Informática	2	1,0%
Joiás e Assemelhados	9	4,6%
Lingerie	2	1,0%
Perfumaria	14	7,2%
Toucador	0	0,0%
Vestuário	29	14,9%
outos	5	2,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

## 2011

<b>O QUE_MÃES_GOSTARIAM_GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	55	9,3%
Bolsas e Complementos	20	3,4%
Brinquedos	0	0,0%
Carinho	17	2,9%
CD's	4	0,7%
Calçados	31	5,3%
Celular	8	1,4%
DVD	0	0,0%
Eletrodomésticos	19	3,2%
Eletrônicos	1	0,2%
Flores	10	1,7%
Linha Branca	1	0,2%
Informática	6	1,0%
Joiás e Assemelhados	26	4,4%
Lingerie	5	0,8%
Perfumaria	25	4,2%
Toucadador	0	0,0%
Vestuário	38	6,4%
outos	20	3,4%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>590</b>	

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA –2011

A tabela é constituída sobre 590 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

## Conclusão

O momento econômico brasileiro vem passando por adaptações desde a posse da presidenta Dilma Rousseff. Como a economia deu sinais de possíveis bolsões de inflação, o temor da volta do processo inflacionário faz com que o governo federal passe a tomar medidas não muito agradáveis, como o aumento da taxa Selic, limitação de prazos e a flutuação do preço dos combustíveis. Nos anos anteriores, o governo reduziu IPI dos produtos dos segmentos de linha branca, como geladeiras, freezers, máquinas de lavar, etc., e dos automóveis, do setor moveleiro, dentre outros.

Em 2011, o consumidor aparece como o fiel da balança, mas menos confiante do que em 2010. É o que mostra a pesquisa deste ano. Quando perguntamos aos consumidores se o valor do presente seria “*maior*”, “*menor*”, “*igual*” e “*não sei*” em relação a mesma data do ano passado, o “*não sei*” aparece com *crescimento de mais de 10%* das pessoas que disseram presentear alguém.

O Dia das Mães é a segunda melhor data comemorativa de consumo do ano, perdendo apenas para o Natal. Como as medidas do governo federal citadas acima influenciam diretamente no consumo das famílias, as pessoas passam a ter maior cautela na hora de se endividarem, principalmente nos períodos de gastos com presentes.

As *mulheres* sempre foram as mais entrevistadas e, este ano, novamente, mais de *70% delas* deram sua contribuição à pesquisa. Quando perguntado aos entrevistados “*se têm filhos*”, *58,6%* disseram que *sim*, um *aumento de 2,4%* em relação a 2010. Quando indagados *se pretendem presentear alguém* neste Dia das Mães, *85,3%* disseram que *sim*, um *crescimento de 3,2% em relação ao ano anterior*.

As *mães*, como no ano passado, serão as rainhas do dia com *69,1%*, seguidas das *sogra*s com *15,6%* e das *avós* com *7,8%*.

Quando perguntado *o que pretende presentear*, *vestuário*, como em anos anteriores, aparece em *primeiro lugar* com *31,1%*, um *crescimento de 2,8%*, seguido de *calçados* com *11,8%*, uma *queda de 1,4%*, tendo em terceiro lugar *perfumaria* com *11,6%*, uma *queda de 3,7%* em relação ao ano de 2010.

Ressaltamos que todos os segmentos do mercado goianiense foram visitados. Identificamos mais de 20 segmentos diferentes.

Quando perguntado *quanto pretende gastar* com o presente neste Dia das Mães, *os valores citados giraram entre R\$ 50,00 a R\$ 200,00, com queda de 13,2%* em relação ao ano anterior, mas, em compensação, 16,2% do entrevistados disseram que irão presentear alguém com valores entre R\$ 250,00 a R\$ 300,00, *um aumento de 9%* em relação a 2010.

Seguindo a teoria da cautela, a pesquisa mostra que mais de 71% dos entrevistados pretendem pagar o presente em *dinheiro*, *um aumento de mais de 7,7%, em relação a 2010.*

*Cartão de crédito* manteve-se *estável em 22,7%*, mesmo patamar do ano anterior. A *redução* deverá ser considerável *em crediário*, *com 5,4%* em relação ao Dia das Mães do ano passado.

*Onde comprar* o presente do Dia das Mães mostra um *aumento de 6,1%* na preferência dos consumidores pelas *lojas de rua*, com pequena *queda de 2,1%* entre aqueles que preferem comprar os presentes nos shoppings da cidade. Todos os locais de comércio em Goiânia foram visitados, sem exceção.

Quando perguntado às mães *o que elas gostariam de ganhar* em seu dia, a primeira resposta foi *beijos e abraços*, seguido de vestuário, calçados, joias e perfumaria, entre outros.

**Como coordenador desta pesquisa há mais de seis anos, vejo um cenário de cautela, mas com grandes chances de ser um excelente Dia das Mães para o varejista, levando em conta que o que atrai as pessoas às lojas é a criatividade do lojista.**

Prof<sup>o</sup>Ms Aurélio Troncoso

Coordenador do Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas CDL/ALFA

